

Obsah

ÚVOD.....	7
1 PODSTATA A OSOBITOSTI MARKETINGU V CESTOVNOM RUCHU	9
1.1 Predmet a obsah marketingu	9
1.2 Podstata a úrovne marketingu cestovného ruchu	14
1.3 Holistický marketing v súčasnej praxi	22
1.4 Nástroje marketingu cestovného ruchu.....	26
1.5 Nositelia marketingu v podniku	30
2 MARKETINGOVÝ VÝSKUM CESTOVNÉHO RUCHU.....	33
2.1 Podstata marketingového výskumu	33
2.2 Marketingový výskum cestovného ruchu a jeho klasifikácia.....	34
2.3 Proces marketingového výskumu.....	37
2.3.1 Zistenie informačnej potreby a stanovenie cieľa výskumu.....	38
2.3.2 Finančné a organizačné zabezpečenie výskumu.....	38
2.3.3 Výber metód a techník zberu údajov	39
2.3.4 Určenie výberového súboru.....	50
2.3.5 Spracovanie údajov a ich interpretácia.....	52
2.4 Využívanie výsledkov marketingového výskumu v podniku	53
3 SEGMENTÁCIA TRHU CESTOVNÉHO RUCHU.....	56
3.1 Podstata segmentácie trhu	56
3.2 Proces segmentácie trhu cestovného ruchu	59
3.3 Úrovne segmentácie trhu cestovného ruchu.....	61
3.4 Segmentačné kritériá v cestovnom ruchu.....	64
3.4.1 Segmentačné kritériá na trhu producentov služieb.....	65
3.4.2 Segmentačné kritériá na trhu sprostredkovateľov služieb.....	66
3.5 Výber cieľového trhu a trhová pozícia	68
4 NÁKUPNÉ SPRÁVANIE ZÁKAZNÍKOV V CESTOVNOM RUCHU	73
4.1 Podstata a podmienky správania individuálnych zákazníkov v cestovnom ruchu	73
4.1.1 Nákupné správanie zákazníkov a faktory, ktoré ho ovplyvňujú	74
4.1.2 Model rozhodovania turistov o nákupe v cestovnom ruchu.....	78

4.2	Nákupné správanie inštitucionálnych zákazníkov v cestovnom ruchu.....	86
4.2.1	Osobitosti cestovného ruchu obchodných cestujúcich.....	86
4.2.2	Nákupné správanie pri služobnej ceste	87
4.2.3	Nákupné správanie sprostredkovateľov v cestovnom ruchu.....	89
5	PRODUKT PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU	92
5.1	Podstata a osobitosti produktu cestovného ruchu	92
5.2	Úrovne produktu cestovného ruchu	95
5.2.1	Produkt z hľadiska ponuky.....	95
5.2.2	Produkt z hľadiska dopytu.....	96
5.3	Produktový mix.....	99
5.4	Tvorba produktu cestovného ruchu.....	100
5.5	Životný cyklus produktu na trhu.....	103
5.6	Inovácie produktu	106
5.7	Kvalita produktu	108
5.8	Značka podniku cestovného ruchu.....	110
6	CENA V PODNIKOCH CESTOVNÉHO RUCHU.....	117
6.1	Podstata tvorby ceny a cenová politika podnikov.....	117
6.2	Koncepcie tvorby ceny	122
6.3	Tvorba ceny v podnikoch cestovného ruchu	126
6.4	Cenová diskriminácia a dynamická tvorba ceny	131
7	DISTRIBÚCIA PRODUKTU PODNIKOV	
	CESTOVNÉHO RUCHU.....	141
7.1	Podstata distribúcie a distribučné kanály v cestovnom ruchu	141
7.2	Priama distribúcia produktu podnikov	142
7.3	Nepriama distribúcia produktu podnikov	146
7.4	Stratégie distribúcie produktu	151
8	MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA	
	V CESTOVNOM RUCHU	153
8.1	Podstata a ciele marketingovej komunikácie	153
8.2	Nástroje marketingovej komunikácie.....	155
8.2.1	Reklama	157
8.2.2	Podpora predaja	159
8.2.3	Osobný predaj	161
8.2.4	Práca s verejnosťou a publicita.....	162
8.2.5	Priamy marketing	164
8.3	Integrovaná marketingová komunikácia	165
8.4	Stratégia marketingovej komunikácie	167

9 ĽUDIA V SLUŽBÁCH CESTOVNÉHO RUCHU	169
9.1 Zamestnanci podniku z hľadiska marketingu	169
9.2 Zamestnanci verejného sektora a samosprávy	175
9.3 Dodávateľia, investori a sprostredkovatelia.....	176
9.4 Miestna komunita a miestne obyvateľstvo	177
10 ELEKTRONICKÝ MARKETING PODNIKOV	
CESTOVNÉHO RUCHU.....	180
10.1 Marketing podniku cez webovú stránku	180
10.2 Marketing podniku na sociálnych médiách	185
10.3 Mobilný marketing podniku	190
10.4 E-mailový marketing podniku.....	193
10.5 Reklama na internete.....	195
11 MARKETINGOVÉ PLÁNOVANIE PODNIKOV	
CESTOVNÉHO RUCHU.....	199
11.1 Podstata marketingového plánovania podniku.....	199
11.2 Strategické marketingové plánovanie podniku	201
11.2.1 Marketingová analýza.....	201
11.2.2 Určenie strategických cieľov a marketingových stratégií.....	205
11.2.3 Marketingová taktika a rozpočet	208
11.3 Operatívne marketingové plánovanie podniku	208
11.3.1 Operatívny plán a jeho implementácia	208
11.3.2 Kontrola plánu podniku a strategických cieľov	210
12 TRENDY V CESTOVNOM RUCHU	
A V MARKETINGU	212
12.1 Vplyv globalizácie na rozvoj cestovného ruchu	212
12.2 Trendy v cestovnom ruchu v 21. storočí	215
12.2.1 Trendy v dopyte po cestovnom ruchu	216
12.2.2 Trendy v ponuke cestovného ruchu	219
12.3 Turista v súčasnom svete.....	220
12.4 Vplyv trendov na marketing podniku cestovného ruchu.....	225
ZÁVER.....	234
PRÍLOHA.....	235
LITERATÚRA.....	242